

SABTU WAGE, 27 JUNI 2020

SOLOPOS

Diterbitkan oleh PT Aksara Solopos
Surat izin: SK Menpen No. 315/SK/
MENPEN/ SIUPP/12 Agustus 1997

Pemimpin Redaksi/ Penanggung Jawab: Rini Yustiningsih—**Dewan Redaksi:** Arief Budisusilo, Y. Bayu Widagdo, Suwarmin, Hery Trianto, Anton Wahyu Prihartono—**Redaktur Pelaksana:** Danang Nur Ihsan, Syiful Arifin—**Sekretaris Redaksi:** Sri Handayani—**Redaktur:** Abu Nadhif, Adib M Asfar, Ahmad Mufid Aryono, Alvari Kunto Prabowo, Anik Sulistyawati, Astrid Prihatini Wisnu Dewi, Ayu Prawitasari, Burhan Aris Nugraha, Damar Sri Prakoso, Haryono Wahyudiyanto, Hijriyah Al Wakhidah, Ichwan Prasetyo, Kaled Hasby Ashshidiq, Oriza Vilosa, Rahmat Wibisono, Riyanta, R. Bambang Aris S, Rohmah Ermawati, Suharsih, Tika Sekar Arum, Tri Wiharto,—**Manajer Litbang dan Puskod:** Sholahuddin—**Staf Redaksi:** Akhmad Ludyanto, Arif Fajar S, Cahyadi Kurniawan, Chrisna Chanis Cara, Farida Trisnaningtyas, Ichsan Kholif Rahman, Ika Yuniati, Iskandar, Ivan Andimuhtarom, Kurniawan, Mariyana Ricky P.D., Wahyu Prakoso; **Boyolali dan Salatiga:** Bayu Jatmiko Adi, **Klaten:** Ponco Suseno, Taufiq Sidik Prakoso; **Karanganyar:** Sri Sumi Handayani; **Wonogiri:** Rudi Hartono; **Sragen:** M. Khodiq Duhri, Tri Rahayu; **Sukoharjo:** Bony Eko Wicaksono, Indah Septiyaning W.; **Semarang:** Imam Yuda Saputra; **Madiun:** Abdul Jalil; **Foto:** Nicolous Irawan Ika Paksi, Sunaryo Haryo Bayu; **Asisten Manajer Lay Out:** Andhi Susanto; **Pengembangan Redaksi:** Ivan Indrakesuma, Yonantha Chandra Premana.

Penerbit: PT Aksara Solopos—**Direksi:** Bambang Natur Rahadi (Presiden Direktur), Suwarmin (Direktur), Annisa Nurul Aini (Direktur)—**General Manajer Digital:** Tri Wahyudi—**General Manajer Iklan:** Wahyu Widodo—**Manajer Sirkulasi & Promosi:** Franky Simon—**Manajer EO:** Dewi Lestari—**Alamat Redaksi/ Perusahaan:** Griya Solopos Jl. Adisucipto No. 190 Solo 57145 Telp (0271) 724811 (hunting), Faks Redaksi (0271) 724833, Faks Perusahaan (0271) 724850—**Pengaduan Iklan dan Sirkulasi:** (0271) 724811; —**Iklan Perwakilan Jakarta:** Sari Ariestini, Wisma Bisnis Indonesia Lt. 5-8 Jl. K.H. Mas Mansyur No. 12A Karet Tengsin, Tanah Abang Jakarta Pusat 10220, Telp (021) 57901023 ext 536 08558409172 Faks (021) 57901024—**Perwakilan Semarang:** Jl Sompok Baru No. 79 Semarang Telp (024) 8442852;—**Rekening Bank:** Bank BCA Cabang Singosaren 153-0194708, Bank BNI Cabang Slamet Riyadi No. Rek. AC 28035567 Atas nama PT. Aksara Solopos—**Harga Langganan:** Rp. 110.000/bulan + ongkos kirim—**Tarif Iklan:** Display Hitam Putih Rp 29.000/mm kolom, Berwarna Rp 52.000/mm kolom, Kolom Rp 15.000/mm kolom. Baris Rp 15.000 (minimal 2 baris), Keluarga Hitam Putih Rp 17.000/ mm kolom, Berwarna Rp 24.000/ mm kolom—**E-mail iklan:** iklan@solopos.com—**E-mail:** redaksi@solopos.co.id, redaksi@solopos.com—**Homepage:** www.solopos.com—**Percetakan:** PT Solo Grafika Utama. Isi di luar tanggung jawab percetakan.

Dalam melaksanakan tugas jurnalistik, wartawan *Solopos* dilengkapi identitas dan tidak diperbolehkan menerima pemberian dalam bentuk apapun. Jika pada kesempatan pertama wartawan tidak dapat menolak pemberian, maka pemberian tersebut akan dikembalikan melalui Sekretariat Redaksi dan diumumkan di harian ini setiap edisi Senin.

Artikel diketik dengan spasi ganda maksimal 6.000 karakter disertai riwayat hidup singkat tentang penulis, foto penulis, nomor rekening bank dan NPWP (jika ada). Artikel harus orisinal dan tidak dikirimkan ke media

Aris Setiawan
segelas.kopi.manis@gmail.com

Etnomusikolog
Pengajar di Institut
Seni Indonesia
atau ISI Surakarta



Nasib Industri Musik Hari Ini

Esai Ichwan Prasetyo berjudul *Meninggalkan Jejak Digital di Solopos* edisi Senin (22/6) mengulas konser *band* The Mudub di kanal Instagram bertajuk *Cerita di Balik Nama* pada 14 Juni 2020.

Konser tidak secara langsung mempertemukan tubuh musikus dan penonton, namun pementasan itu tetap berkesan mendalam, terutama interaksi daring yang seru, yakni tanya jawab antara penonton dan musikus.

Teknologi digital yang kian berkembang hari ini berkonsekuensi bagi nasib industri musik negeri ini. Harus diakui, sebelum teknologi digital lahir dan berkembang seperti sekarang, mendengarkan musik adalah sebuah peristiwa prestisius.

Bagi generasi yang tidak mampu membeli televisi (dan *tape* pemutar kaset), mendengarkan radio menjadi satu-satunya jalan untuk mengetahui perkembangan terbaru musik di negeri ini.

Lagu-lagu itu ditayangkan, ditunggu dengan sabar, ditiru untuk disenandungkan di kamar mandi. Menjadi musikus adalah salah satu impian. Mencipta lirik bertema asmara, merayu pacar agar dibaca sebagai sosok romantis. Anak-anak muda di pelosok kampung berhasrat menjadi musikus dengan menaklukkan ibu kota negara.

Label-label (perusahaan perekam musik) besar berpusat di Jakarta. Studio-studio rekaman amatir bermunculan di setiap sudut desa, memfasilitasi generasi pada zamannya bermain musik. Studio musik pernah menjadi bisnis yang menggiurkan.

Studio musik disewakan, itu pun penyewa harus antre saking banyaknya anak muda bermain musik dan merekam karya mereka. Hasil rekaman musik itu (yang biasa disebut album) dibawa ke ibu kota. Diserahkan kepada label-label musik besar.

Ditolak menjadi peristiwa biasa. Kembali ke daerah atau desa dengan muka masam, tapi tak menyurutkan hasrat bermain musik dengan impian menjadi artis terkenal. Dapat

tampil di televisi, menyapa penggemar di panggung-panggung pertunjukan, adalah godaan yang tak lekas usai.

Sheila On 7 (So7), kelompok musik asal Kota Jogja, barangkali menjadi contoh ideal perjuangan menjadi artis musik tak semudah membalik telapak tangan. Dalam konser bertajuk *Sebuah Kisah Klasik* yang disiarkan sebuah stasiun televisi nasional (14 September 2018), Duta (sang voalis) menceritakan perjuangan Eros dan Adam (*bassist*) menyerahkan demo musik mereka.

Eros berpesan kepada Adam supaya memasang muka *sememelas-memelas* mungkin agar produser rekaman menjadi terharu dan jatuh kasihan. Perjuangan meraih mimpi ternyata tidak hanya berbekal kualitas karya, tapi juga penampilan.

Muka *memelas* adalah jurus lain agar poduser rekaman menjadi iba. Kalau demo musik yang mereka berikan ditolak, setidaknya ada wajah yang menjadi pertimbangan kedua. Kita bisa membayangkan wajah-wajah polos dan lugu mereka. Pemuda kampung menziarahi ibu kota dengan peluh, keringat, dan miskin.

Beruntung album demo mereka diterima. Mereka kemudian melahirkan berbagai karya yang laris diterima pasar. Kala itu ukuran keberhasilan kelompok musik didasarkan atas seberapa banyak kaset yang laku terjual. Pembajakan terjadi, tapi tidak semarak hari-hari ini.

Musikus dan *band* hadir bertarung lewat karya-karya. Ada lapis-lapis pintu agar sebuah karya diapresiasi. Pintu pertama adalah keinginan membuat karya sebagus mungkin agar mampu memikat dan meluluhkan hati produser musik di ibu kota negara.

Pergi ke ibu kota dengan membawa karya asal-asalan tentu tak sebanding dengan pengorbanan waktu dan ongkos sebagai anak desa miskin. Pintu kedua adalah seleksi dari produser (label) musik. Ia akan memilih bahkan memoles karya terbaik agar diterima pasar.

Karya-karya yang dianggap

tidak layak otomatis akan dibuang. Pintu ketiga adalah media (elektronik). Sejauh mana intensitas musik itu diputar. Pintu terakhir adalah publik. Musik-musik yang dipandang bagus akan bertahan, diikuti dengan hasrat memiliki dan membeli kaset musikus atau *band* idola.

Tidak sekadar kualitas musiknya, tampilan visual juga sangat diperhitungkan (klip video). Musik tanpa ilustrasi video yang memukau terasa hambar. Musikus selayaknya aktor dan aktris, berperan dalam sebuah kisah "film musik".

Ongkos membuat klip video mahal. Harus dikerjakan serius dengan menggandeng sutradara jempolan. Majalah-majalah musik lahir dan diburu, berisi foto serta berita tentang informasi dan gosip musikus dan *band* idola.

Hari-hari ini semua itu terdekonstruksi. Di berbagai kesempatan, saya selalu menekankan untuk apa membeli majalah musik jika kita sudah mendapat akses "pintu belakang", langsung terhubung dengan artis musik idola lewat perangkat media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Untuk apa membeli kaset musik jika Youtube menyediakannya secara gratis, dari yang resmi atau legal hingga yang sekadar *copy-paste* atau ilegal. Buat apa membuat klip video musik jika biaya pembuatan melampaui biaya penjualan? Industri musik mengalami kebangkrutan eksistensi. Berupaya melawan pembajakan yang tak pernah dimenangi.

Akhir

Hari-hari ini musik dibuat dan detik itu pula terbajak, disebarkan secara berantai lewat dunia virtual. Harapan muncul saat Rancangan Undang-Undang (RUU) Permusikan tahun lalu digulirkan, tapi menjadi sangat ironis karena RUU itu cenderung bias, dibuat secara serampangan, tanpa kajian mendalam, alih-alih menyerap anggaran negara dengan hasil yang membuat kita prihatin dan mengelus dada.

Lihatlah hari-hari ini, peta

musik di Indonesia tak bisa dibaca dan dipetakan dengan baik. Ada ketakutan membuat karya karena berbagai alasan. Selain pembajakan, *cover* lagu (aransemen ulang) yang dibawakan orang lain sering kali lebih digandrungi dibanding yang dibawakan penyanyi atau musikus aslinya.

Di Youtube, ketika keuntungan didapatkan dari kalkulasi iklan berdasar jumlah penonton (*viewer*) dan pelanggan (*subscriber*), muncul berbagai macam duplikasi karya musik yang hampir semuanya berlangsung secara ilegal.

Membawakan ulang karya orang lain terjadi secara masif dan acap kali lebih disukai karena karya musik yang dianggap selesai oleh penyanyi dan musikus aslinya masih membuka berbagai kemungkinan tafsir cara penyajian baru, misalnya dibawakan dengan format akustik, minimalis, alih suara dari laki-laki ke perempuan, serta sebaliknya.

Musikus yang berkarya merugi, sementara beberapa oknum mendapat keuntungan berlebih. Akibatnya, musikus atau *band* tidak lagi menggantungkan hidup dari penjualan album (baik manual maupun digital), tetapi lebih mengandalkan undangan-undangan pentas dari stasiun televisi maupun di pesta hajatan kampung.

Kualitas karya juga tidak sepenuhnya menjadi jaminan, harus ada faktor lain seperti kontroversi yang menyertai. Akibatnya banyak musikus atau penyanyi yang lebih dikenal karena kontroversi yang dibuat dibanding karya yang diciptakan.

Majalah-majalah musik gulung tikar, label rekaman satu per satu menuju kebangkrutan, studio-studio musik di pojok desa tutup karena sepi peminat. Tidak ada lagi anak desa miskin yang berhasrat menjadi musikus, menaklukkan ibu kota dengan segenap mimpi dan angan menjulang.

Kita baru saja merayakan Hari Musik Internasional pada 21 Juni lalu. Itu sebenarnya momentum yang baik untuk meratapi dan merumuskan jalan hidup (industri) musik di negeri ini.

► TAJUK

Menghadapi Resesi Global

Pandemi Covid-19 memukul telak perekonomian global. International Monetary Fund (IMF) memperkirakan krisis ekonomi global akibat pandemi Covid-19 jauh lebih parah daripada resesi ekonomi global pada masa The Great Depression pada 1930-an.

Ancaman krisis ekonomi global itu betul-betul nyata. Tahun ini negara-negara besar akan mengalami penurunan ekonomi yang begitu dalam. Pertumbuhan ekonomi Amerika Serikat, Inggris, hingga Jepang akan minus dan jatuh ke jurang resesi.

IMF memprediksi pada 2020 pertumbuhan ekonomi Amerika Serikat -8%, Jepang -5,8%, Inggris -10,2%, Prancis -12,5%, Italia -12,8%, Spanyol -12,8%, dan Jerman -7,5%.

Kondisi itu menggambarkan pandemi Covid-19 benar-benar mengguncang perekonomian dunia. Seluruh sisi dihantam, baik permintaan, suplai, maupun produksi. Sama seperti negara-negara lain di dunia, Indonesia pun mengalami hal yang sama.

Para pakar ekonomi sudah mengingatkan tentang potensi krisis ekonomi di Indonesia akibat pandemi Covid-19. Salah satunya pengamat ekonomi Perbanas Institute Piter Abdullah yang pada awal Juni lalu menyampaikan prediksi ekonomi Indonesia akan dihantam resesi akibat dampak pandemi Covid-19.

Pemerintah harus memberikan stimulus untuk menahan perlambatan ekonomi hingga akhir 2020. Bank Indonesia juga sudah memperkirakan akan terjadi perlambatan pertumbuhan ekonomi. Bank Indonesia berharap pertumbuhan ekonomi itu tetap di angka positif.

Optimisme memang menjadi satu-satunya fondasi untuk menghadapi guncangan ekonomi global akibat pandemi Covid-19. Tentunya optimisme itu harus dibarengi dengan strategi di dalam negeri untuk mengukuhkan sektor riil.

Situasi di dalam negeri harus dibuat kondusif agar perekonomian tetap bertahan. Kegaduhan politik harus dihentikan. DPR, pemerintah, partai-partai politik, sektor

#TANGGAPCORONA

Aplikasi Penghasil Cuan Cocok Buat #Dirumahsaja